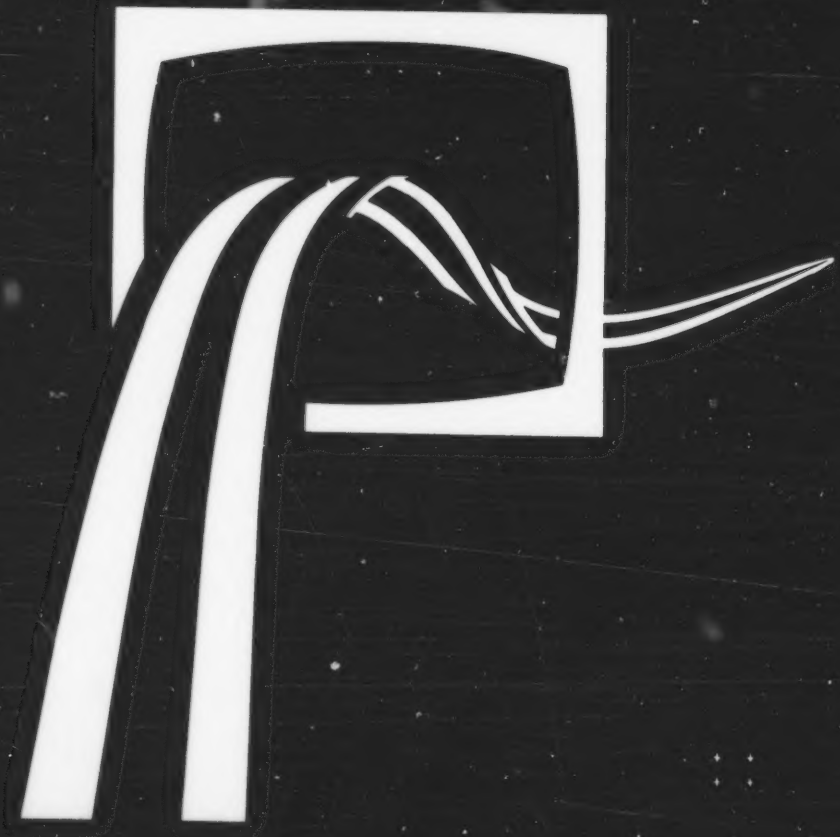
les TÉLÉVISIONS communautaires au Québec



85-5430/

Les TÉLÉVISIONS communautaires au Québec

D'hier à demain

Anne Girard

Québec, février 1985

Gouvernement du Québec
Ministère des Communications

Publication réalisée à la
Direction des communications
Ministère des Communications

L'auteure, Anne Girard, est agente de recherche à la Direction générale des politiques. Cette étude, publiée par le ministère des Communications du Québec, tente de brosser un tableau de l'évolution des télévisions communautaires au Québec. Elle ne constitue pas un énoncé de politiques.

© Gouvernement du Québec, 1985
Dépôt légal — 1er trimestre 1985
Bibliothèque nationale du Québec
ISBN 2-550-11769-7

Porteuses de grands espoirs et d'utopie, les télévisions communautaires sont nées, il y a quinze ans, au Québec. Aujourd'hui, les TVC laissent de côté l'utopie et tentent d'actualiser leurs pratiques pour les ajuster à la réalité des années 1980.

Sommaire

Les TVC : Voies inédites, voix fécondes 7

L'histoire des TVC 9

Normandin 1970 9

Genèse du mouvement 9

L'utopie de départ 10

L'épopée des TVC 11

Le rôle de l'État québécois 12

La définition d'un média communautaire 12

La situation actuelle 13

L'avenir des télévisions communautaires 17

Les télévisions communautaires : Voies inédites, voix fécondes

Les télévisions communautaires du Québec ont quinze ans. C'est en effet en octobre 1970, à Normandin, qu'a eu lieu la première expérience de TVC au Québec. Ce qui aurait pu n'être qu'un fait sans importance a rapidement constitué un sujet d'intérêt dans le monde des médias : on saluait cette naissance et déjà on tentait d'entrevoir les espoirs que cela permettait.

Même si l'enthousiasme qui avait entouré leur venue au monde s'est dissipé et si toutes les promesses n'ont pas été tenues, et malgré des difficultés quotidiennes quelquefois ardues, subsistent aujourd'hui une quarantaine de petites entreprises de télévisions communautaires qui constituent un secteur en propre hors des systèmes de télévision privés et publics. Ce « troisième secteur » télévisuel propose des voies et des voix inédites, modestes mais fécondes dans la pléiade d'images, de sons et de textes qui nous est présentée.

À l'occasion de ce quinzième anniversaire, quelques constats s'imposent aux observateurs de la scène. Force est de noter que les télévisions communautaires jouent un rôle social varié et, à maints égards, prometteur pour l'avenir des communications.

Premier constat :
Les TVC sont source et terrain d'originalité, de créativité et de liberté en communication.

Cette assertion qui, à première vue peut sembler prétentieuse, se vérifie non seulement chez nous mais à peu près partout où se sont développés des médias de type communautaire ces dernières années. Commis pour la plupart à des intérêts commerciaux et/ou politiques, les grands médias ne sont concentrés, structurés, organisés jusqu'à parfois devenir décevants quoique de facture soignée. Les médias communautaires représentent souvent la seule forme d'expression audiovisuelle locale ; à d'autres moments, ils accompagnent un projet de développement global pour tout un territoire, ou encore, ils rejoignent cette partie de la population non satisfaite des médias traditionnels.

Deuxième constat :
Les TVC, comme les radios et les médias écrits communautaires, composent un attrait important du parc des communications au Québec.

Les étrangers qui nous visitent ne manquent pas de nous le rappeler. Ce nouveau secteur des communications que nous avons largement contribué à développer constitue une caractéristique originale et fort enrichissante dans le portrait de nos communications.

Troisième constat :
Les TVC, comme les autres médias communautaires, représentent un des résultats tangibles de l'action du ministère des Communications du Québec depuis 1972.

Le Ministère a fêté ses quinze ans en 1984 et d'aucuns reconnaîtront qu'il a à son actif d'avoir créé une tradition des plus innovatrices en Occident en favorisant le développement de médias orientés sur l'apprentissage de la démocratie locale, le service au milieu, la promotion de notre culture, et cela souvent dans des régions où des citoyens se sentaient laissés pour compte par les médias. Cependant, malgré des interventions relativement importantes de la part de l'État québecois dans le développpement de ces nouvelles situations de communication, il faut souligner que les médias communautaires existent d'abord et avant tout à cause du bénévolat de leurs artisans qui permet de réduire les coûts au minimum.

Quatrième constat :
L'avenir est aux communautés.

Les mass-médias ont créé le « village global » mais en même temps isolé les individus et opéré un important phénomène de massification. En vague de fond, et d'une certaine manière en répartie, de nouvelles communautés sont nées et vont continuer de se développer : c'est le phénomène de la prise de conscience des régions et des quartiers ; ce sont tous les groupes qui se retrouvent sur des bases affinitaires à cause du travail ou des loisirs. La télématique créera de nouveaux réseaux, de même que les milieux fortement urbanisés seront un terrain propice à toutes sortes de regroupements. Ces phénomènes sont les points d'ancrage de médias de type communautaire.

L'histoire des télévisions communautaires

Normandin 1970

L'histoire des télévisions communautaires a commencé par un événement absolument unique en son genre: pendant cinq soirs consécutifs au cours de 1970, des « gens ordinaires » de Normandin, au Lac Saint-Jean, produisent eux-mêmes trois heures de télévision qui sont diffusées dans tous les foyers du petit village. Ce coup d'envoi de la TVC à Normandin a amorcé un mouvement qui s'est étendu à quatre autres localités de cette région: Girardville, Saint-Thomas, Dolbeau et Saint-Félicien.

L'impulsion derrière ces interventions de citoyens ordinaires vient du groupe Société Nouvelle de l'Office national du film. Les animateurs de l'ONF initient les gens du village à la technique, alors que les concepteurs locaux du projet forment des équipes de travail pour élaborer le contenu des émissions. Pour la diffusion, on se branche sur un des canaux du système local de câblodistribution dont le propriétaire s'est prêté allègrement à l'expérience.

Les quelque 150 villageois qui ont collaboré à cette aventure ont reparlé longtemps du climat exaltant qui régnait alors que tous sont appelés à effectuer des tâches pour lesquelles ils n'ont à peu près pas d'entraînement: choix des thèmes, recherches, interviews, maniement des appareils techniques, montage, mise en ondes...

Le bilan de cette semaine? Une démystification du média télévisuel, un regard neuf sur le milieu, une expérience très intensive d'apprentissage pour tous les participants et surtout, un événement novateur avec des échos un peu partout au Québec. À Normandin, on amorce un travail de réflexion sur la viabilité de la télévision communautaire et sur les moyens d'assurer sa pérennité. Des comités sont formés pour assurer des suites au projet: après l'évaluation de la semaine intensive, on souhaite faire une demande en incorporation, étudier des possibilités de financement pour l'avenir, se doter d'une infrastructure technique adéquate, bâtir un studio, donner des cours de formation. Et on identifie deux grands objectifs pour la TVC: favoriser la communication au sein de la collectivité et permettre l'expression spontanée des individus.

Genèse du mouvement

Perçus à l'origine comme devant être de puissants outils d'éducation et d'enrichissement culturel, les médias de masse sont très rapidement devenus des instruments principalement axés sur le divertissement. Établis sur les

mêmes principes de rentabilité économique que l'entreprise en général, les médias ont centralisé leurs activités dans les capitales et sous-capitales d'où ils peuvent atteindre la clientèle maximale avec le meilleur rendement. Conséquence inévitable, les citoyens vivant dans des localités ou régions de moindre importance doivent se contenter de capter des signaux affaiblis et sans référence à leur milieu, ou encore recevoir en retard des médias d'ailleurs. Même les citoyens vivant dans des agglomérations importantes voient souvent leurs médias s'éloigner de leur réalité quotidienne. En effet, pour atteindre la clientèle maximale, les médias conçoivent leur programmation pour la satisfaction de besoins ayant le plus bas dénominateur commun. Il en résulte donc qu'une partie importante de la population reste sur son appétit, trop de besoins n'étant pas considérés comme rentables pour les médias de masse.

Cette critique bien brève et partielle des moyens de communication n'en constitue pas moins la trame qui servira de référence à la définition des premiers médias communautaires.

L'utopie de départ

Profitant de la venue sur le marché d'une technologie légère de communication, la vidéo, et de l'apparition alors récente de la câblodistribution, des citoyens ont réalisé les premières expériences de télévision communautaire alors qu'on est à l'époque d'une forte tradition d'animation sociale. L'obligation pour le câblodistributeur de libérer un canal communautaire s'est produite au moment où sont apparus sur le marché les premiers magnétoscopes portatifs. Il devient soudainement possible de produire de l'image avec un matériel relativement facile d'emploi et de diffuser ces images sur le nouveau canal réservé aux fins de la communauté.

Dans le milieu de l'éducation, on vient de terminer deux années de télévision éducative, alors que dans celui du cinéma, on explore l'utilisation du film comme outil d'intervention sociale. Les concepts de démocratisation et de participation jouent un rôle mobilisateur. Les premières expériences de télévision communautaire font donc tache d'huile : à la faveur des programmes gouvernementaux de lutte au chômage, de nombreuses communautés se dotent d'une TVC, puis des groupes de vidéo-animation se forment et des journaux communautaires paraissent. Le mouvement est lancé, on parle alors de médias communautaires.

Tout semble alors réalisable. Les projets de TVC suscitent d'immenses espoirs. On en vient à penser que trop de conformisme dans les moyens de communication renforce le statu quo. Des réactions se font sentir à la concentration croissante des médias et aux impératifs publicitaires qui exigent un vaste public et qui sont des obstacles au libre accès et à la liberté d'expression. En outre, on manifeste un certain

ressentiment face à un système de diffusion impersonnel, à sens unique. Enfin, il devient impérieux, pour certains, de recréer des solidarités traditionnelles, de retrouver le sens de la participation et de la vie communautaire.

Avec les TVC, une ère nouvelle de communication naît. Pour la première fois, il devient possible pour une communauté de contrôler un moyen de communication de masse, alors qu'auparavant tout groupe voulant diffuser un message était à toutes fins pratiques honni. On parle de démystification de la télévision, de transformation des consommateurs passifs en citoyens actifs prêts à s'engager. La télévision devient au service de la collectivité et on veut la transformer ainsi en une nouvelle arme de changement.

L'épopée des TVC

Un tel optimisme n'a plus cours aujourd'hui. Quinze ans se sont écoulés et les téléspectateurs n'ont pas abandonné leur passivité ni leur pantoufles pour se mettre derrière la caméra. Bien des gens, pour ne pas dire une majorité, ignorent purement et simplement ce que sont les TVC et ne soupçonnent même pas qu'un canal est à leur disposition dans la gamme des canaux offerts par les câblodistributeurs.

La réalité est tout de même parfois très différente dans les petites localités où sont parvenues à s'implanter la quarantaine de télévisions communautaires qui continuent de survivre aujourd'hui et de regarder vers l'avenir avec espoir.

Si on analyse les expériences de TVC réalisées au Québec, on se rend compte que les conditions de leur développement n'ont pas favorisé l'accomplissement des beaux idéaux de départ. De nombreux obstacles ont surgi : le caractère privé de l'entreprise de câblodistribution avec qui il faut composer et les difficultés d'accès aux infrastructures de câblodistribution, la responsabilité des propriétaires de ces entreprises quant aux messages diffusés, la carence de personnes ressources susceptibles de guider les citoyens dans l'utilisation de la technique, la complexité du média TV quoiqu'en aient pensé les promoteurs de la vidéo légère, le manque de continuité et de professionnalisme, la participation moins active que prévue et même l'apathie des citoyens face à des enjeux communicationnels qui leur paraissent souvent abstraits, la faiblesse du soutien financier direct et volontaire des différents milieux, la concurrence plus forte qu'anticipée des stations de télévision traditionnelle pour l'écoute, la limitation progressive de la croissance des budgets de l'État disponibles en regard de la croissance de la demande, et enfin un impact social, une crédibilité, un enracinement et une légitimité beaucoup moins faciles à démontrer que prévu.

Le rôle de l'État québécois

L'État québécois, très tôt dans les années 1970, a cautionné le rôle des médias communautaires en souscrivant à l'idée d'appropriation sociale des moyens de communication, et en soutenant financièrement dès 1972-1973 les premières formes d'expression concrètes de cette appropriation, les télévisions communautaires.

Aujourd'hui, l'État ne peut dissiper à lui seul toutes les difficultés rencontrées par les télévisions communautaires. Et l'aide apportée aux médias communautaires en général, canalisée via le ministère des Communications, s'est adaptée aux circonstances mouvantes de leur développement. Ainsi, le Ministère a choisi de ne plus accompagner, comme il l'avait fait au départ, des projets expérimentaux, des médias mixtes (utilisant plusieurs techniques à la fois) et des expériences de vidéo-animation.

D'autre part, d'avènement plus récent, plus de vingt radios communautaires sont solidement implantées au Québec. Elles semblent plus adaptées au message communautaire, plus conformes aux axes de développement que le Ministère souhaite encourager, tout en constituant des outils plus souples de production, d'autant plus qu'elles sont plus faciles à syntoniser et qu'elles nécessitent, auprès de l'auditoire, moins de réceptivité que la télévision. Depuis 1978, c'est la radio qui gruge la part du lion dans les budgets de subventions que le Ministère accorde au développement des médias communautaires. De plus, le Ministère soutient les médias écrits communautaires qui n'ont besoin que de ressources financières limitées pour agir mais dont l'impact est non moins très efficace.

Cependant, le Ministère continue de croire que les TVC, bien que marginales, rendent de précieux services dans les petites localités où elles ont des assises. Il continue à s'associer financièrement à celles qui soucrivent à sa définition et qui satisfont aux critères de son programme d'aide.

Définition d'un média communautaire

Depuis 1970, il y a eu plusieurs types de médias communautaires, les différences se manifestant tant en termes d'utilisation et de finalité du média qu'en termes de référence au milieu d'implantation qui, dans plusieurs cas, était difficilement identifiable.

Le Ministère reconnaît l'existence de genres variés de médias communautaires, mais pour les besoins de sa politique et l'exercice de son programme d'aide, il a cru bon d'énoncer clairement la signification qu'il retient de cette notion, et par là, le modèle qu'il entend promouvoir. Il a donc proposé en 1979, dans sa *Politique de développement des médias communautaires* qu'un média communautaire soit défini

comme étant « une société de communication à fins sociales, gérée et soutenue par la participation active et formelle de la population d'un milieu ».

Aux fins du Ministère, les médias communautaires constituent donc des corporations sans but lucratif possédant une existence autonome, vouées à la production et à la diffusion d'une production (ou d'une édition) régulière et diversifiée, consacrées à la communication de masse et dont les objectifs sont le développement du milieu desservi par l'expression de l'actualité locale et régionale de type culturel et socio-économique et par l'analyse publique des enjeux collectifs.

Dans cette définition, la participation des citoyens est déterminante quant à la nature et à l'orientation du média; elle doit tendre à se manifester à tous les niveaux de l'organisation et du fonctionnement du média, tant la propriété, les orientations, la gestion que la production et le financement. En outre, un média communautaire doit mobiliser une quantité et une diversité appréciables d'individus et de groupes de la collectivité. Quant au concept de communauté, signalons que le Ministère l'interprète comme étant l'aire géographique où vivent des personnes et des organisations suffisamment liées par une expérience commune pour être capables de se concerter sur un minimum d'objectifs à poursuivre et de s'associer à la mise sur pied et au fonctionnement d'un média communautaire.

La situation actuelle

Au cours de l'exercice 1984-1985, le Ministère a subventionné 20 TVC, alors que 37 lui ont présenté une demande. Ce faible nombre de corporations structurées, en regard des 149 réseaux de câblodistribution sur le territoire du Québec, montre que l'entreprise reste marginale, généralement limitée aux petites communautés excentriques, grâce aux productions locales qu'elles sont seules à proposer. Outre quelques TVC dans des banlieues dortoir de Montréal, aucun groupe n'a été capable de s'implanter de façon durable à Montréal et à Québec, qui représentent à elles seules la moitié de la population québécoise. Et malgré des tentatives très sérieuses, aucune TVC n'a survécu dans les principales villes moyennes du Québec : Hull (où la seule coopérative de télévision communautaire au monde a fait faillite en 1977), Sherbrooke (où la TVC locale a fermé ses portes après dix ans de péripéties) ou Trois-Rivières.

Toute publicité étant interdite sur le canal communautaire (même si certaines dérogent à cette règle), l'existence des télévisions communautaires est liée aux subventions gouvernementales, aux programmes de création d'emplois et au bénévolat.

L'analyse de leurs états financiers démontrent que le budget moyen d'une TVC se situe autour de 55 000 $ par année. Les subventions gouvernementales, les programmes gouvernementaux de création d'emplois constituent

une source très importante de leurs revenus soit environ 65 %. On estime qu'elles peuvent recueillir à peu près 35 % de leurs budgets de fonctionnement localement.

Les TVC collaborent étroitement avec de nombreux organismes du milieu par des prêts et locations d'émissions, de documents, de locaux et d'équipement, des prêts de personnel, des cours, etc. Elles recueillent des sommes parfois substantielles de leurs membres et de la communauté en général lors de souscriptions publiques et reçoivent des contributions matérielles diverses. Elles ont fait montre d'énormément d'ingéniosité dans leur recherche de financement : téléthons, buffets-vidéos, soirées bénéfices, « semaines » de la TVC, productions de commerciaux, contrats de services, productions commanditées, pour ne nommer que cela. Mais on est quand même bien loin des perspectives d'autofinancement complet par le milieu entrevues au départ !

Bien que la responsabilité de leur financement appartienne en premier lieu aux médias communautaires, le Ministère collabore financièrement à leur fonctionnement en raison des ressources limitées auxquelles ils ont accès. Mais la subvention de l'État est une arme à double tranchant. Si trop de moyens sont accordés à une association volontaire reposant sur le militantisme, on tue le bénévolat. Inversement, la pauvreté ne permet pas de produire avec une qualité minimale susceptible d'attirer les auditeurs habitués aux grandes chaînes.

Reste que le nombre de collaborateurs est très élevé et de profession fort varié et que la participation bénévole est très importante à tous les niveaux. Un bénévole « moyen » dans une télévision communautaire offre plus de 300 heures par année à l'organisation. Le membership des TVC est lui aussi élevé : bon nombre d'organismes du milieu, notamment des commissions scolaires, syndicats, chambres de commerce, et un nombre total de membres individuels qui s'élève à presque 30 000 personnes. Les 37 télévisions communautaires ayant soumis une demande au Programme d'aide aux médias communautaires en 1984-1985 ont produit plus de 7 300 heures d'émissions originales, elles ont diffusé plus de 31 000 heures et mobilisé 2 000 personnes à titre de bénévoles actifs.

Quant aux coûts de production, ils sont minimes. Le coût moyen d'une production de 30 minutes par une télévision communautaire est de 300 $. Et à titre de comparaison, une heure produite et diffusée par Radio-Québec, la société d'État québécoise, coûtait 43 000 $ en 1982.

Les contenus de la programmation vont de la retransmission en direct des séances du conseil municipal à la vie culturelle locale, en passant par le débat des enjeux collectifs : information d'intérêt public, discussions et débats en studio, retransmission de réunions publiques et de conféren-

ces, émissions d'affaires publiques, bulletins d'informations. Une large place est également faite aux petites annonces locales.

Pour les TVC, il ne s'agit pas de divertir, mais de faire réfléchir et cela constitue un handicap supplémentaire. Car même si la qualité des productions est en amélioration constante, même si elles ont souvent dépassé le stade de la formation pour s'engager sur la voie du perfectionnement, reste qu'elles ne pourront jamais scintiller des mille feux de la télévision « de luxe ».

C'est peut-être ce qui explique que leur cote d'écoute est faible, encore que plusieurs familles ne manquent pas de syntoniser le poste communautaire en début de soirée, en semaine, aux heures où leurs sont présentées les émissions produites par les TVC.

Pourtant, malgré les écueils, les animateurs des TVC ont peine à admettre qu'il y ait eu échec. On parle plutôt d'un demi-échec et il faut voir l'ardeur qu'ils mettent à discourir sur leur vécu quotidien.

L'avenir des télévisions communautaires

Le bilan peut sembler mince après 15 ans et pour être réaliste, il faut savoir se poser les questions pertinentes à l'avenir des TVC. Ces questions semblent encore aussi fondamentales que de concilier d'une part la justesse et le réalisme des mandats que se sont donnés les télévisions communautaires et d'autre part les moyens qui leur sont disponibles.

Les grands espoirs de prise en charge de chaque communauté du Québec par elle-même via son canal communautaire se sont évanouis. On sait maintenant que le modèle de TVC qui s'est développé n'est pas transposable partout et qu'on ne peut surtout pas l'imposer à une collectivité. L'idée d'un Québec constellé de TVC n'a plus cours dans les années 1980.

Les télévisions communautaires qui subsistent forment néanmoins une infrastructure bien implantée dans les principales régions du Québec. Cette infrastructure « à ras de sol » représente un acquis qu'il n'est pas nécessaire de dédoubler. Les télévisions communautaires utilisent des équipements et des réseaux de diffusion que l'État n'a pas à supporter financièrement. Ce sont des unités de communication légères et économiques. Avec une contribution financière directe du ministère des Communications d'environ un demi million de dollars par année, elles réussissent à créer plus de 50 emplois permanents.

Même dans la marginalité, elles ont démontré leur dynamisme. Au sein de leur principal organisme de service, le Regroupement des organismes communautaires de communication du Québec — ROCCQ (27 TVC), elles ont marqué un certain nombre de bons points susceptibles de les aider à mieux affronter le futur : présentation d'un Festival vidéo annuel depuis 1981, représentations structurées auprès des autorités et des organismes importants pour leur développement, mise en forme d'un Répertoire vidéo annuel, constitution de dossiers, d'un centre de documentation et d'une vidéothèque, service de vente, de location et de distribution de leurs productions, services regroupés d'achats, de secrétariat et de graphisme, mise en oeuvre d'activités de promotion, de relations publiques et de recherches, organisation de cours de formation, de rencontres et d'échanges, préparation et distribution d'un bulletin bimestriel de liaison « Réseau-ROCCQ ».

Mais il leur faudra démontrer de grandes capacités de flexibilité et d'adaptation pour faire face aux nouveaux défis qui s'offrent à elles. Idéologiquement, elles devront faire face à la vague de néo-libéralisme qui déferle sur l'Amérique du Nord toute entière et qui entraîne la déréglementation, des coupures dans les

services sociaux et la limitation des budgets de transferts de l'État.

Face aux développements technologiques dans les domaines des télécommunications, de l'informatique et de la télématique, les TVC auront à composer avec les nouvelles possibilités offertes aux communications communautaires. Il serait important que la planification des nouveaux systèmes tienne compte des besoins en communications communautaires.

Le statut actuel accordé aux télévisions communautaires par le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC) est fort peu propice à leur épanouissement. Une action réglementaire, de même qu'un mécanisme d'accréditation contribuerait à leur conférer un statut plus approprié. Il serait souhaitable que l'organisme réglementaire, par sa législation, reconnaisse l'apport des télévisions communautaires dans la gestion et la programmation du canal communautaire non pas seulement en attribuant aux TVC la responsabilité qu'elles assument au niveau communautaire mais aussi, comme elles le demandent, en inscrivant dans l'esprit comme dans la lettre de la loi, l'obligation pour les câblodistributeurs de contribuer financièrement et matériellement à l'apport des télévisions communautaires. Il n'est pas défendu d'imaginer aussi d'autres modalités qui permettraient aux TVC de jouir du financement qui leur fait tant défaut: soit par des revenus publicitaires (des annonces locales, par exemple), soit par financement public (possiblement affecté aux communautés les plus défavorisées), soit par des souscriptions obligatoires recueillies en même temps que l'abonnement au câble.

Enfin, l'avenir forcera les TVC à exercer un regard neuf sur la mission qu'elles se donnent. Des démarches, sans doute exigeantes en réflexion et en discussions, leur permettront de mieux cerner leurs objectifs et par extension d'améliorer leurs pratiques.

On l'a dit, le champ des communications se complexifie de jour en jour. On a déjà accès à une prolifération de programmation de type généraliste et internationaliste contre laquelle il n'existe pas de parade: voilà une évolution inéluctable. Face à ce phénomène réel, producteurs et diffuseurs nationaux se sentent eux-mêmes menacés et sont en train justement d'assurer leur survie en offrant à leur clientèle des produits de plus en plus personnalisés. Ces produits, bien que personnalisés, correspondent à des besoins standards à grands dénominateurs communs. Il est malgré tout évident qu'on ne s'adresse pas à un individu mais à un marché économique.

Devant ces développements, on peut penser que les médias de communication populaires qui s'intéressent au type de production axé sur les communautés de base et les individus seront déclassés, voire menacés. Mais, c'est ignorer que le nombre de télévisions communautaires s'est accru

ces deux dernières années : une dizaine de TVC nouvelles ont en effet vues le jour, de même qu'un deuxième organisme de coordination et de services regroupant cinq de celles-ci.

Il semble bien qu'il faille se demander, advenant la disparition des médias communautaires, ce qu'il restera à la population pour entrer en communication avec elle-même, si ce n'est le téléphone ? Dans ce contexte, n'apparaît-il pas crucial de ménager un canal de communication authentiquement populaire, sans but lucratif, à participation ouverte et sous contrôle collectif ?

Les bouleversements qui surviendront dans le champ des communications invitent non seulement à la prudence mais aussi à la clairvoyance. Le phénomène de classification sociale s'accompagne d'une tendance à un retour vers l'essentiel, à la recherche de la convivialité. Les TVC et le mode participatif qu'elles représentent constituent une réponse qui se révélera de plus en plus adéquate à cette recherche. Une preuve de cette clairvoyance et de la rentabilité prévue d'un tel mode d'accessibilité des citoyens aux moyens et contenus de communication nous est fournie éloquemment par l'énergie investie récemment par les géants de la câblodistribution aux Québec pour segmenter leurs réseaux, « personnaliser » leur programmation et encourager la participation communautaire. Est-il souhaitable que le contrôle de cette expression populaire soit laissé entre les mains d'entreprises animées par une préoccupation essentiellement commerciale ?